

DAFTAR PUSTAKA

- Aisyah, N., Rahman, M. A., & Aisyah, S. (2021). Analisis Islamic Branding Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah Melalui Brand Awareness Sebagai Mediasi Pada Remaja Wanita Di Kota Makassar. *Jurnal Sipakalebbi*, 5(2), 180–196. <https://doi.org/10.24252/sipakalebbi.v5i2.25752>
- Al Farisi, S., Iqbal Fasa, M., & Suharto. (2022). PERAN UMKM (USAHA MIKRO KECIL MENENGAH) DALAM MENINGKATKAN KESEJAHTERAAN MASYARAKAT. *Jurnal Dinamika Ekonomi Syariah*, 9(1). <https://doi.org/10.53429/jdes.v9ino.1.307>
- Anggraini, sapta S., & Syahrullah. (2023). Pengaruh Green Marketing Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Le Minerale Kota Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 12(1), 161–170. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab>
- Amelfdi, F. J., & Ardyan, E. (2021). Pengaruh Brand Awareness, Brand Image, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Performa*, 5(6), 473–483. <https://doi.org/10.37715/jp.v5i6.1825>
- Ariadi, S., Kartika, Y., Priyo, P., Sudjiono. (2020). The Effect of Security and Trust on Online Purchasing Decisions at Shopee by Kadiri University Students. <https://www.atlantis-press.com/proceedings/icss-20/125944980>
- Azmi, T. Z., Taufiqurrahman, H., Adabi, B. C., Marsinem, M., & Wicaksono, E. (2023). Pengaruh Brand Image Dan Personal Branding Terhadap Keputusan Pembelian. *Margin Eco*, 7(2), 101–112. <https://doi.org/10.32764/margin.v7i2.4122>
- Balbed, A., & Sintaasih, D. K. (2019). Pengaruh Pengembangan Karir Terhadap Kinerja Karyawan Melalui Pemeditasi Motivasi Kerja Karyawan. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 8(7), 4676. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2019.v08.i07.p24>
- Damayanti, S., Chan, A., & Barkah, C. S. (2021). Pengaruh Social Media Marketing terhadap Brand Image My Pangandaran Tour and Travel. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 9(3), 852–862. <https://doi.org/10.26740/jim.v9n3.p852-862>
- Dinas Koperasi dan UKM Jatim, 2020
- Dodi Sukma R.A, Hardianto, R., & Heleni Filtri. (2021). Analisa Tingkat Kepuasan Mahasiswa Terhadap Perkuliahan Daring Pada Era Pandemi COVID-19. *ZONAsi: Jurnal Sistem Informasi*, 3(2), 130–142. <https://doi.org/10.31849/zn.v3i2.8353>

- ElAydi, H. O. (2018). The Effect of social media marketing on brand awareness trough Facebook:An individual based perspective of mobile services sector Egypt. *Open Access Library Journal*, 2018 5.10: 1-5
- Endang, T., Wahyu, D. G., Marina, D. A., & Eka, P. A.. (2023). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Batik Satrio Manah Tulungagung. In *Management Studies And Entrepreneurship Journal* (Vol. 4, Issue 1). [Http://Journal.Yrpiiku.Com/Index.Php/Msej](http://Journal.Yrpiiku.Com/Index.Php/Msej)
- Erlyna, A., Endang, T., & Rinto, N. (2020). Pengaruh Harga Dan Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Minyak Goreng (Studi Kasus Pada Konsumen Top Swalayan Pare Kediri). *Jurnal Riset Bisnis Dan Ekonomi*, 1. [Http://Ojs.Unik-Kediri.Ac.Id/Index.Php/Jimek](http://Ojs.Unik-Kediri.Ac.Id/Index.Php/Jimek)
- Ferdiana Fasha, A., Rezqi Robi, M., & Windasari, S. (2022). Determinasi Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli: Brand Ambassador Dan Brand Image (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(1), 30–42. <https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i1.840>
- Ghozali. (2021). Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19 (9th ed.). Universitas Diponegoro.
- Grant, R. (2021). Menggunakan Sosial Media Marketing Untuk Memerluas Target Pasar. <https://bariteritonline.com/menggunakan-sosial-media-marketing-untukmemerluas-target-pasar/>
- Haris, I., Pahriani, R., & Irsyad, M. (2022). Pengaruh Sosial Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian. *Journal of Islamic Business Management Studies (JIBMS)*, 2(2), 99–105. <https://doi.org/10.51875/jibms.v2i2.185>
- Kurniasari, M., & Budiatmo, A. (2019). Pengaruh Social Media Marketing, Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Minat Beli. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 7 (1), 25. <https://ejournal.undip.ac.id/index.php/janis/article/view/22571/14869>
- Kusuma, B. A., & Putri, B. P. S. P. (2019). Pengaruh Social Media Marketing terhadap Brand Equity. *Jimupb*, 7(1), 18.
- Megasari Manik, C., & Siregar, O. M. (2022). Pengaruh Brand Image dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian pada Konsumen Starbucks di Kota Medan. *Journal of Social Research*, 1(7), 694–707. <https://doi.org/10.55324/josr.v1i7.134>

- Muri Yusuf. 2020. "Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan". Jakarta : Prenamedia group.
- Nur, I. A., Bothi, D., Andy, C. P. (2024). The Influence of Green Marketing and Brand Image on Repeat Purchase Decisions of Mc Donald's Consumers. <https://ojs.uniska-bjm.ac.id/index.php/PIUOK/article/view/15451>
- Nurul Tamara, A. (2021). Pengaruh Brand Awareness dan Celebrity Endorser terhadap Kepercayaan serta Dampaknya pada Minat Beli Produk (Studi ada Konsumen Madeenaa.id). Jurnal Indonesia Sosial Sains, 2(9), 1456–1476. <https://doi.org/10.36418/jiss.v2i9.413>
- Othysalonika, O., Muhaimin, A. W., & Faizal, F. (2022). Pengaruh Social Media Marketing terhadap Minat dan Keputusan Pembelian Konsumen pada Usaha Makanan Sehat di Kota Malang. Jurnal Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis, 6(3), 1134. <https://doi.org/10.21776/ub.jepa.2022.006.03.32>
- Praharjo, A., Suharyono, & Wilopo. (2019). Pengaruh Green Advertising Terhadap Persepsi Tentang Green Brand Dan Keputusan Pembelian. Jurnal Administrasi Bisnis, 4(2), 1–9.
- Pramadyanto, M. R., & Irwansyah. (2023). Pemanfaatan Digital Marketing Dalam Membangun Brand Awareness Brand Fashion Streetwear Urbain Inc. Jurnal InterAct, 11(2), 121–134. <https://doi.org/10.25170/interact.v11i2.3312>
- Pridiana, S. & Sunarsi, D. (2021). Metode Penelitian Kuantitatif Tangerang Selatan: Penerbit Pascal Books.
- Ramadayanti, F. (2019). Peran Brand Awereness terhadap Keputusan Pembelian Produk. Jurnal Studi Manajemen Dan Bisnis, 6(2), 111–116. <https://doi.org/10.21107/jsmb.v6i2.6690>
- Ramdhan, M. (2021). Metode Penelitian (A. A. Effendy (Ed.); 1st ed.). Cipta Media Nusantara.
- Rayat, A., Rayat., M., & Rayat, L. (2020). The impact of social media marketing on brand loyalty. Annals of Applied Sport Science, 2017, 5.1: 73-80
- Refiani, S. A., & Mustikasari, A. (2020). Analisis Pengaruh Sosial Media Marketing Melalui Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Studi Pada This! By Alifah Ratu Tahun 2020. EProceedings of Applied Science, 6(2), 2753–2758.

- Ritonga, A. G., Pratiwi, G. S. A., & Islahiyah, H. (2023). Implementasi Integrated Marketing Communication dalam Membangun Brand Awareness Produk Fashion Erigo. *Warta ISKI*, 5(2), 194–208. <https://doi.org/10.25008/wartaiski.v5i2.195>
- Rosalina, D., Yuliari, K., Setianingsih, D., & Zati, M. R. (2021). Faktor – Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Kompetensi Literasi Digital Mahasiswa di Era Revolusi Industri 4.0. *EKONIKA Jurnal Ekonomi Universitas Kadiri*, 6(2), 294. <https://doi.org/10.30737/ekonika.v6i2.1996>
- Rumaidlany, D., Mariam, S., & Ramli, A. H. (2022). Pengaruh Brand Image Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Pada Mc Donald’S Di Palmerah Jakarta Barat. *Jurnal Lentera Bisnis*, 11(2), 102. <https://doi.org/10.34127/jrlab.v11i2.567>
- Septyva, O. A., Gandung, S., Ria, L. P. (2024). The Application of Product Innovation Carried Out by MSMEs in Business Activities to Improve Competitiveness (Study on MSMEs Bakpia Masaji Kediri City). <https://insyma.org/proceedings/items/show/289>
- Sugiyono. (2020a). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D – MPKK
- Taan, H., Radji, D. L., Rasjid, H., & Indriyani. (2021). Social Media Marketing Untuk Meningkatkan Brand Image. *Journal of Management & Business*, 4(1), 315–330. <https://doi.org/10.37531/sejaman.v4i1.1268>
- Utomo, I. W. (2020). PENGARUH BRAND IMAGE, BRAND AWARENESS, DAN BRAND TRUST TERHADAP BRAND LOYALTY PELANGGAN ONLINE SHOPPING (Studi Kasus Karyawan Di BSI Pemuda). *Komunikasi*, VIII(1), 78. <https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/jkom/article/view/2327/1607>
- Waluya, A. I., Iqbal, M. A., & Indradewa, R. (2019). How product quality, brand image, and customer satisfaction affect the purchase decisions of Indonesian automotive customers. *International Journal of Services, Economics and Management*, 10(2), 177–193. <https://doi.org/10.1504/IJSEM.2019.100944>
- Wisudaningsi, B. A., Arofah, I., & Belang, K. A. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Dengan Menggunakan Metode Analisis Regresi Linear Berganda. *Statmat : Jurnal Statistika Dan Matematika*, 1(1), 103–117. <https://doi.org/10.32493/sm.v1i1.2377>
- Word of Hutajulu, E. T., Pardosi, M., & Siagian, N. (2023). Pengaruh Sosial Media Marketing Dan Electronic Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Produk Maybelinne Pada Mahasiswi Universitas Hkbp Nommensen Medan. *Jurnal Bisnis Corporate*, 7(2), 52–65. <https://doi.org/10.46576/jbc.v7i2.3038>

- Wurara, T. O., Pangkey, M. S., & Ruru, J. (2021). Pemberdayaan Masyarakat Melalui Program Pelatihan Usaha Mikro Di Kelurahan Imandi Pada Pandemi Covid 19. *Jurnal Administrasi Publik*, 7(102), 61–69.
- Yadav, M., & Rahman, Z. (2021). Measuring consumer perception of social media marketing activities in e-commerce industry: Scale development & validation. *Telematics and Informatics*, 34(7), 1294–1307. <https://doi.org/10.1016/j.tele.2017.06.001>
- Yelfira, M. A., & Soeling, P. D. (2021). Pengaruh kompensasi dan kepemimpinan terhadap turnover intention dengan kepuasan kerja sebagai variabel mediasi. *Jurnal Tata Sejuta STIA Mataram*, 7(1), 1–19.